

SALVATI DAL WEB



Foto: A. Toscano, A. Peniso

Per sfuggire alla chiusura molte piccole aziende si affidano a un canale vendite online. E risorgono. Ecco chi ce l'ha fatta

DI ALESSANDRO LONGO - FOTO DI ONOFF PER L'ESPRESSO

La famiglia Carbonelli quel giorno se lo ricorda bene. Padre e figlio si sono seduti intorno a un tavolo e hanno affrontato il dilemma: vendere l'azienda familiare oppure no. Una torrefazione a Melito, in provincia di Napoli. Fanno caffè dal 1981, i Carbonelli, ma da qualche anno le cose andavano male: «Mio padre e mio fratello parlavano di cedere tutto, i macchinari e il marchio. Poi, l'idea di fare un ultimo tentativo: mettersi a vendere il caffè online», ricorda Luca Carbonelli, responsabile del marketing. «Non ci speravo nemmeno. Adesso, a un anno dal lancio del negozio e-commerce, il 70 per cento del fatturato è online. E ci siamo salvati», dice soddisfatto. La storia della Torrefazione Carbonelli testimonia un fenomeno degli ultimi mesi: «Le piccole e medie aziende italiane non sono più così refrattarie nei confronti dell'e-commerce. Stanno aprendo negozi online per rispondere alla crisi e cominciare a vendere in tutta Italia e all'estero con bassi costi», commenta Roberto Liscia, presidente di Netcomm, il consorzio del commercio elettronico. E aggiunge: «Stimiamo che le Pmi italiane venderanno online per 1,5 miliardi di euro nel 2011, contro i 900 milioni di tre anni fa».

Vendite con il turbo «Molte Pmi italiane sono con l'acqua alla gola e quindi scelgono di aprirsi al mercato internazionale: Europa, Cina, Nord America. Ma farlo con negozi tradizionali sarebbe troppo costoso, e così sfruttano il web», conferma Raffaello Balocco, che cura questi temi per la School of Management del Politecnico di Milano. Uno studio del Politecnico ha appunto selezionato alcuni casi (tra cui quello della Torrefazione Carbonelli), considerandoli l'avanguardia di questo fenomeno. A conferma, Eurisko stima che le aziende attive online hanno aumentato i ricavi dell'1,2 per cento, nel 2010, contro il meno 4,5 per cento registrato da quelle che non hanno una presenza su Internet. Gli esempi di come il web sia servito a cambiare il corso dell'impresa sono sempre più numerosi. Come quello di Abitare, negozio di arredamento con sette dipendenti, a San Vito dei Normanni, in provincia Brindisi. «Ho ereditato da mio padre l'azienda, come ▶

LUCA CARBONELLI, TORREFAZIONE CARBONELLI